

Francisco Mejía: el testimonio de una sociedad que se complace

CARLOS JOSE RESTREPO

FOTO: ARCHIVO FAES



*Salón musical Víctor. 1935
Nitrato 13 x 18 cms*



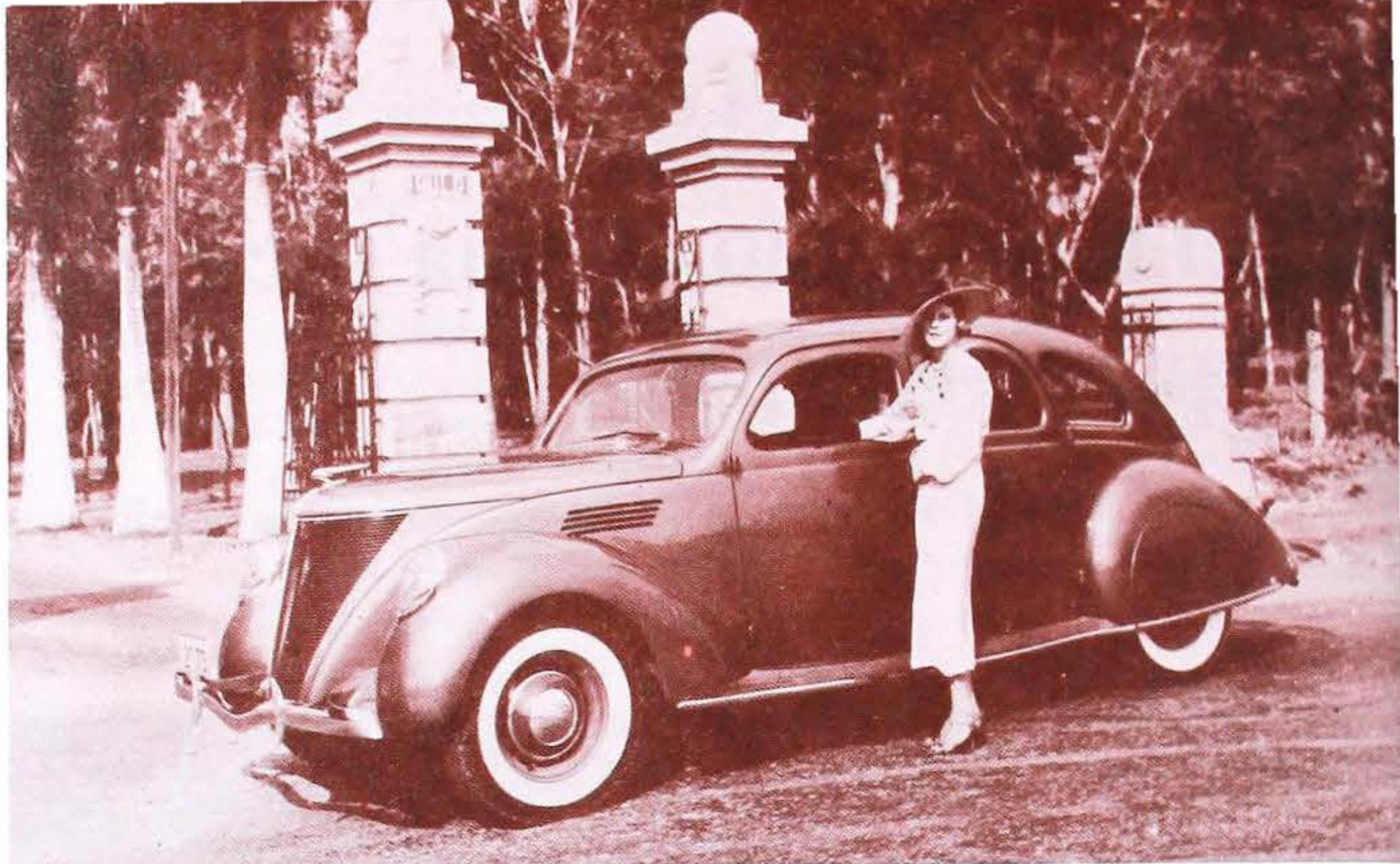
Francisco Mejía

HACE unos dos años la familia Mejía donó al Faes (Fundación Antioqueña para los Estudios Sociales) parte de los archivos fotográficos de Francisco Mejía (1899-1979) (foto 270), concretamente lo que podríamos llamar su archivo comercial en contraposición al de sus retratos de gabinete. Compuesto por unos siete mil negativos de diferentes materiales (vidrio, nitrato y acetato de celulosa), su calidad y variedad fueron motivo para que el Banco de la República resolviera apoyar el trabajo de identificación, procesamiento y preservación, labor llevada a cabo por el Centro de Memoria Visual de Medellín, que forma parte del Faes. Además, conjuntamente con esta institución organizó una muestra, en copias recientes, de los trabajos comerciales de Mejía, así como de algunos de sus retratos y unos cuantos ejemplos de sus habilidades como iluminador.

Desde el comienzo fue evidente una característica poco común en este tipo de archivo: el de Mejía parecía acopiado para fines particulares del fotógrafo, como si la curiosidad y el entusiasmo suscitados por el progreso social y material de Medellín lo hubieran impulsado a registrar una constancia, un poco al modo del turista que dispara su cámara contra todo aquello que satisface sus creencias estéticas. Para el espectador desprevenido no sería la



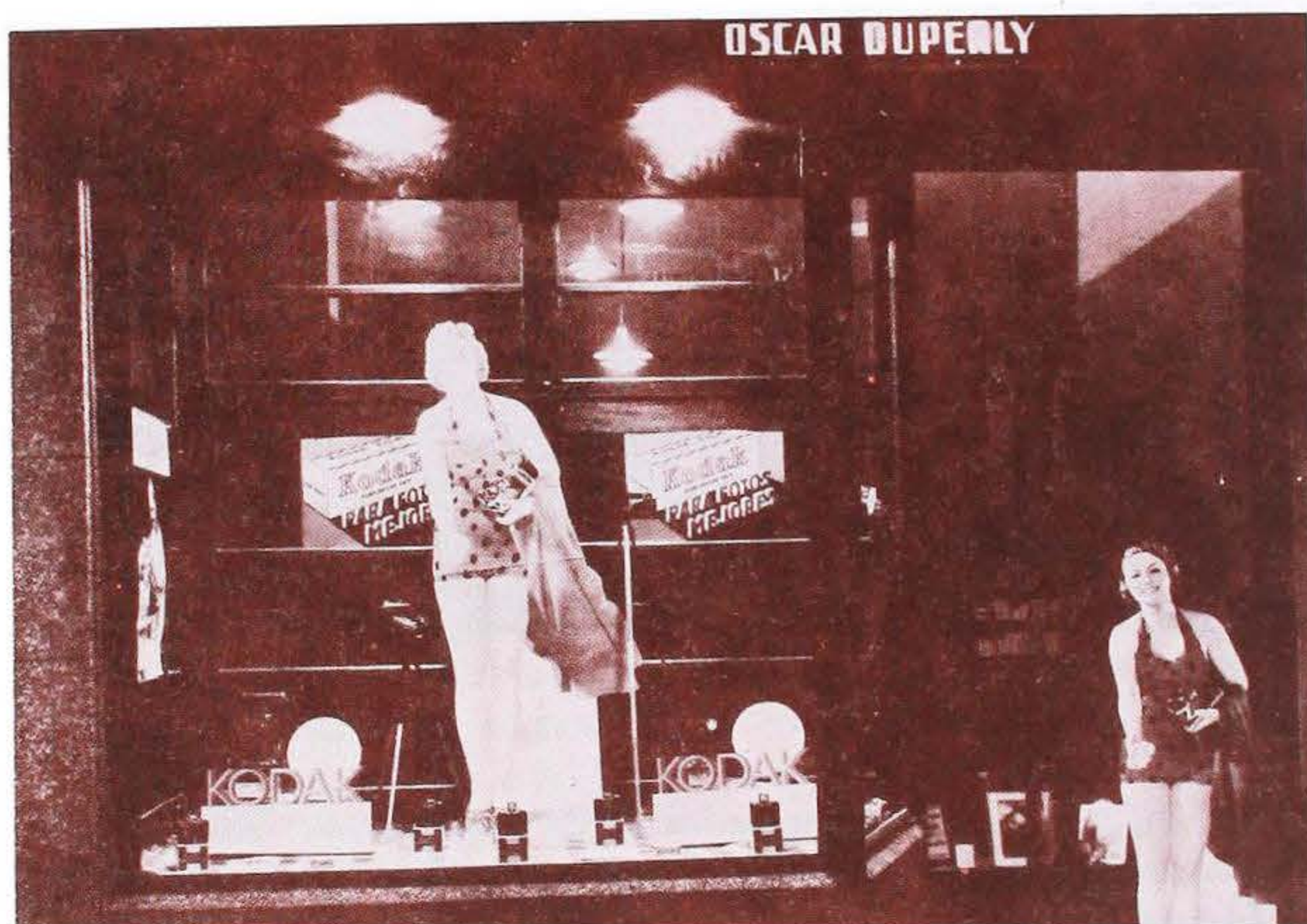
*Cigarrillos Pielroja. 1939
Nitrato 13 x 18 cms*



*Automóvil Lincoln. 1938
Nitrato 13 x 18 cms*



*Discos columbia. 1934
Nitrato 13 x 18 cms*



*Almacén Duperly. 1940
Acetato 13 x 18 cms*

suma más o menos casual de una serie de encargos, tanto distan las suyas de las reproducciones desasidas a que nos tiene acostumbrados la fotografía que cumple comisiones. Las circunstancias que condujeron a Mejía a optar por el oficio de fotógrafo, y la confianza y complacencia con que los de su generación aceptaban las causas o exhibían los efectos del desarrollo urbano e industrial de la ciudad, explican esta conjunción del interés personal con las finalidades de la propaganda.

Mejía había llegado a Medellín con su familia cuando aún era niño. Provenían de la vecina población de Copacabana, en donde el padre se había dedicado a los no siempre agradecidos vaivenes de la minería, que en fin de cuentas le dejaron únicamente la esperanza de rehacer fortuna, la suficiente al menos para proporcionarles a los hijos una completa educación escolar y universitaria. Es muy diciente de la época el rumbo que éstos tomaron en sus profesio-



*Debutantes. 1945
Acetato 13 x 18 cms*



*Equipo de Fútbol de la RCA. 1937
Nitrato 13 x 18 cms*

nes. Gabriel y Jesús pudieron educarse en Europa y fueron respectivamente músico y arquitecto prominentes; Carlos alcanzó la gerencia local del Banco de la República; Francisco fue fotógrafo y en cierto modo el cronista de la ciudad. Como otras familias de esos días, también la suya abarcó en forma polifacética el nuevo espacio social y cultural que la fe en el progreso propiciaba de manera explícita, abriendo nuevos márgenes que fomentaran el ideal de una sociedad de competencia; para lo cual no fueron óbice las crisis de comienzos del siglo y de los años treinta, a las que no escaparon los Mejías.

Hombre de espíritu pragmático, el primer interés de Francisco fue por la ingeniería. Se trasladó a Bogotá a proseguir estudios relacionados con ese campo, pero por suerte —puede decirse ahora— la salud y la bolsa no fueron suficientes. Ya de regreso en Medellín, en el año 1917, encontró la manera de fomentar su vocación y tener parte en las finanzas de su casa empleándose



*Kira. 1940
Acetato 13 x 18 cms*



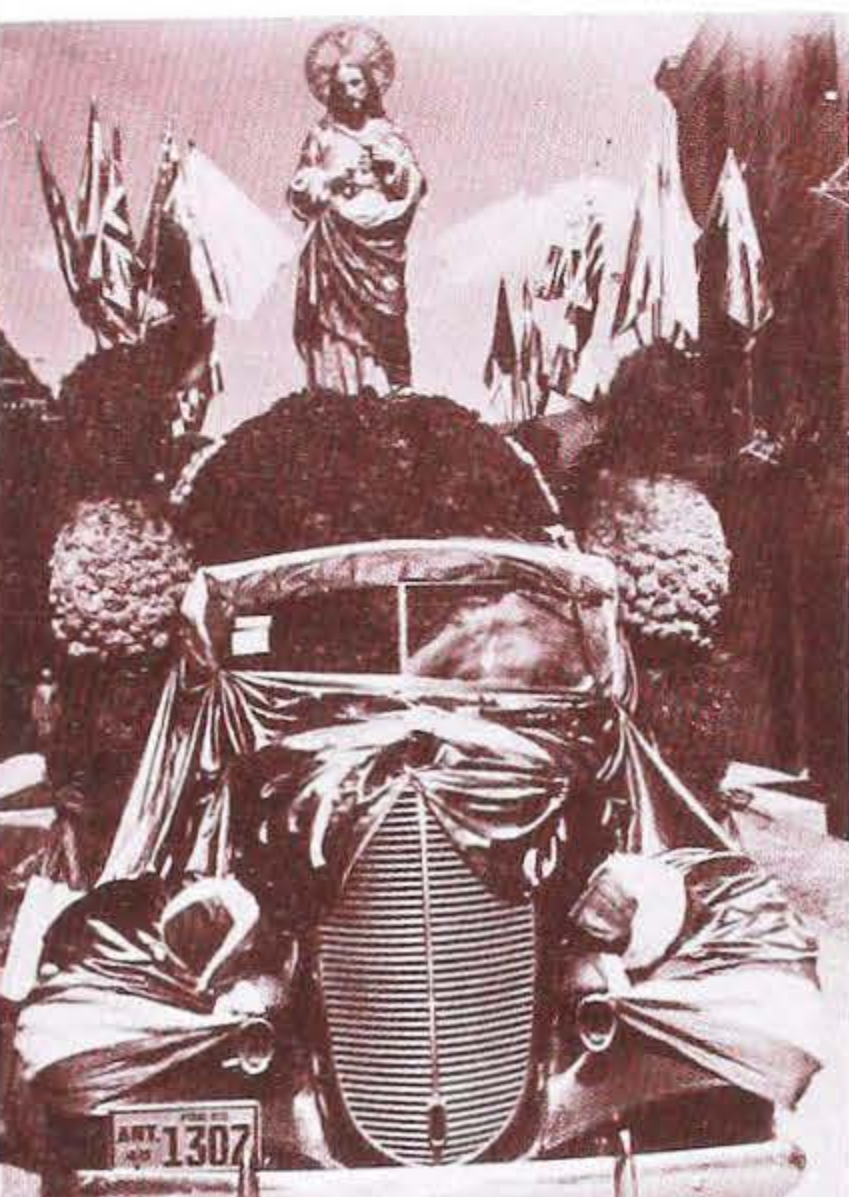
*María Victoria Mejía. 1934
Acetato 9 x 12 cms*



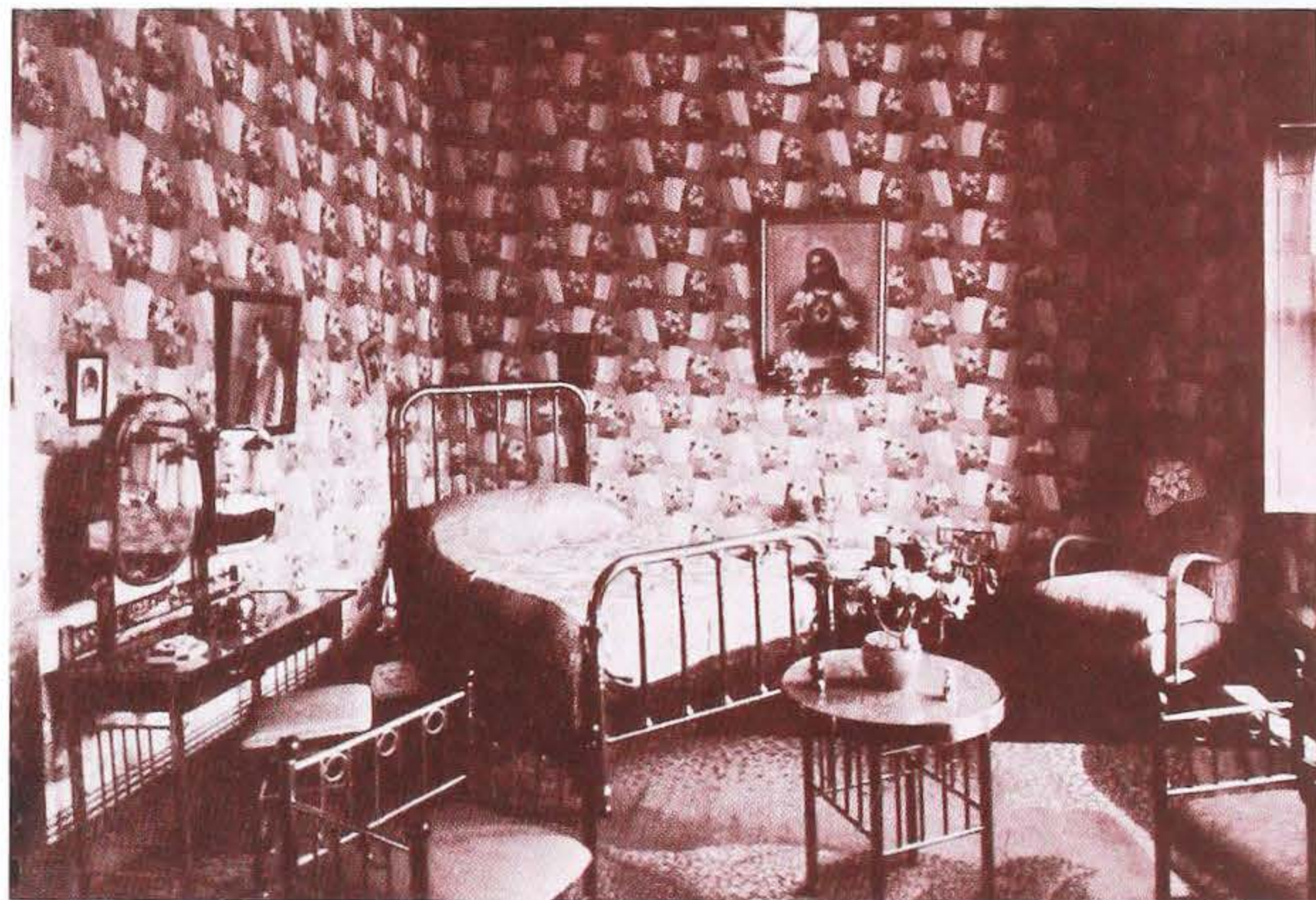
*Carro alegórico. Circo España. 1934
Nitrato 13 x 18 cms*



*Templete Eucarístico. 1935
Nitrato 13 x 18 cms*



*Procesión del Sagrado
Corazón. 1940.
Acetato 13 x 18 cms.*



*Alcoba. 1940
Acetato 13 x 18 cms*

como mensajero y ayudante de dibujo en la firma constructora Olarte Vélez. Allí afinó el sentido crítico sobre estas materias de la ingeniería y la arquitectura, lo que iría a servirle grandemente al dedicarse a la fotografía.

Muy pronto fue llamado por la casa Duperly (foto 50), uno de los establecimientos fotográficos más prestigiosos de ese entonces. Debía ocuparse en la sección administrativa, pero su genio práctico, o la curiosidad, que en él eran lo mismo, lo interesaron de una vez por la fotografía. No tardó en dominar todas sus técnicas. Comenzó a participar en los trabajos de laboratorio y a cumplir encargos fotográficos encomendados a la casa. La calidad de estos condujo a que, tal vez sin proponérselo, Mejía se hiciera a un nombre. Cobró afición al arte y, aunque sondó otros oficios (por ejemplo, con el tranvía municipal en el año 1924), aceptó al fin que para sí y para los demás era ante todo un fotógrafo. El sentimiento del azar, más que el del deber vocacional o el del oportunismo mercantil, sería lo que le permitiría ser a su modo original y al mismo tiempo concurrir con las expectativas de sus clientes sin el temor de estar comprometiendo la propia libertad.

La comisión de trabajos particulares, el matrimonio y la idea de ofrecer un servicio diferente lo llevaron, por el año 1928, a independizarse. Competía con casas fotográficas de alguna tradición: la propia de Duperly, fundada en 1915;

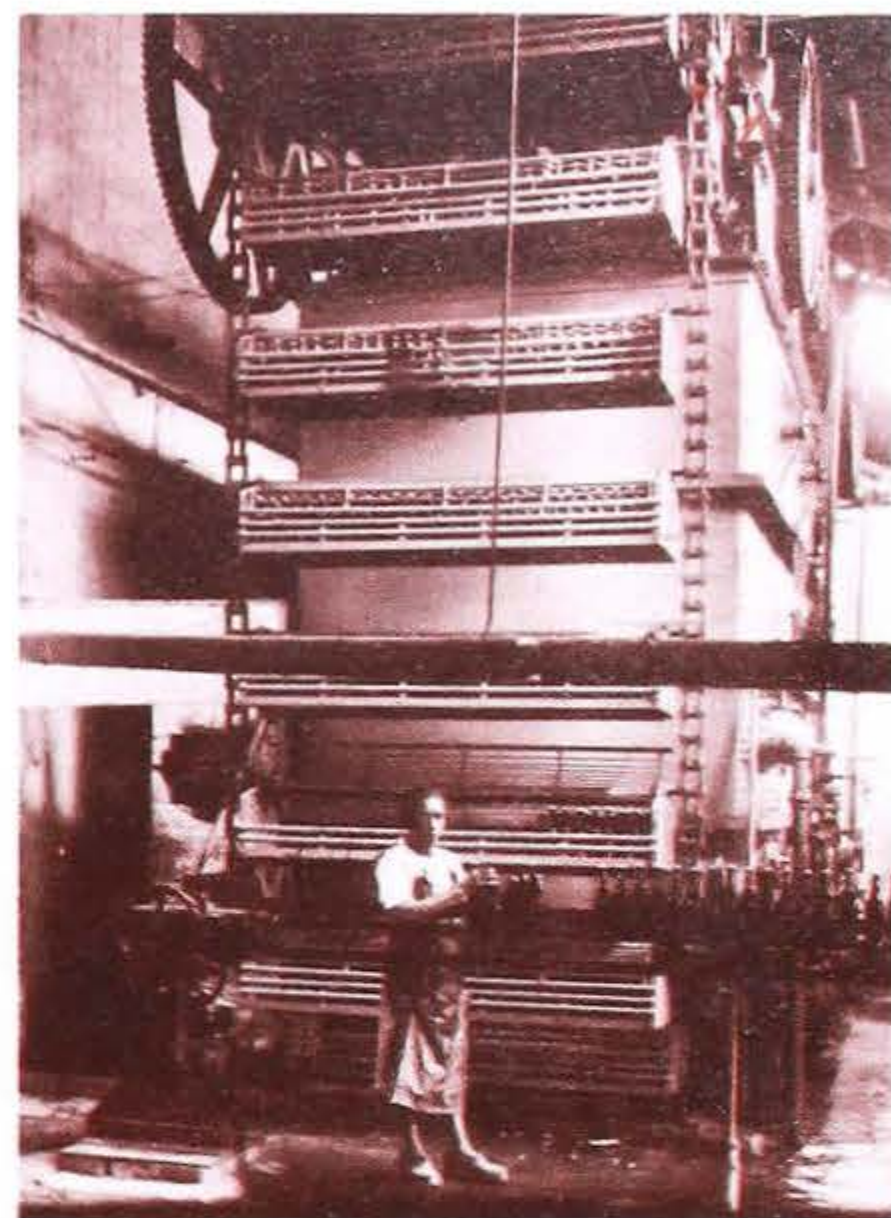
Fotografía Rodríguez, en 1892; Benjamín de la Calle, en 1903; Rafael Mesa, en 1900. Mejía, al igual que otros fotógrafos contemporáneos, se especializó en la novedosa ocupación de ejecutar trabajos de propaganda y de registro de adelantos para las compañías industriales, de construcción y de transporte, y para los establecimientos comerciales y empresas del sector público que desearan avisar o dar alguna prueba de sus obras y empuje. La hora no podía ser más oportuna. El proceso de modernización y desarrollo, comenzado a principios de siglo y ahora en la etapa de consolidación, era vivido entonces y aceptado con orgullo, con un orgullo un tanto sorprendido ante los resultados y que tenía que recurrir constantemente a las irrefutables comprobaciones de la fotografía. Mejía, que ostentó siempre ese optimismo emprendedor propio de un ingeniero, demostró ser la persona indicada. Llamó a la suya Foto Comercial.

Basta con ver los diferentes modos como fotografió la ciudad y sus transformaciones durante los tres decenios de su trabajo comercial. Abrió su gabinete cuando ella contaba unos 92.000 habitantes, un pueblo grande (foto 1) de calles y de parques soñolientos y de una arquitectura nivelada que requería tan sólo de una lente empleada con calma (foto 14). De repente, la gran demolición, los edificios, los sobresaltos ópticos. Mejía disfrutaría haciendo gala de sus conocimientos arquitectónicos y de sus habilidades, en muchas ocasiones acrobáticas, los que le permitían obtener paralajes perfectos y, en resumen, cumplir con la visión que ahora exigía la ciudad, para la cual quedaban excluidas la escala humana y su mirada a ras del suelo (foto 21). Por los años cincuenta Medellín había triplicado su población; y parecía otra, vista por un fotógrafo distinto.

Lo mismo pasa con sus fotos de edificios y obras públicas. Las del palacio de la gobernación permiten ver la ambivalencia, detestable para las mentes avanzadas de la época y ahora encantadora para algunos, de una arquitectura que se debate todavía entre el detalle artesanal y el monumentalismo (foto 24). Pero cuando se trata de obras públicas, de esa geometrización de la naturaleza que ya se ha vuelto aborrecible, Mejía ofrece imágenes de un rigor casi absurdo (foto 32) y vistas que de una vez celebran los alcances de la tecnología (foto 35). Es bueno señalar que actualmente aceptamos una franqueza de este tipo sólo cuando va dirigida a la censura.

Pero no únicamente a lo que se construye se reducía el placer del progreso. El movimiento comercial es el reflejo de las necesidades que éste generaba, las cuales, una vez aceptadas, tomaban la forma de gustos renovados. Las fotos de Mejía permiten ver la adaptación a modos de consumo diferentes. De la tienda local y el almacén de novedades extranjeras (foto 36) se pasa a las cadenas de almacenes o al comercio de servicio exclusivo, y se inauguran esos espacios de hipnotismo (foto 45) a los cuales nos hemos habituado. Pero no son lo mismo las gasas de la sombrerería (foto 46) ofrecidas al tacto, que las telas del maniquí abismado ante un espejo, dispuestas sólo para la contemplación (foto 47). Y fue precisamente la fotografía, bajo las formas de la publicidad y el cine, la encargada de educarnos para esta costumbre del consumo visual.

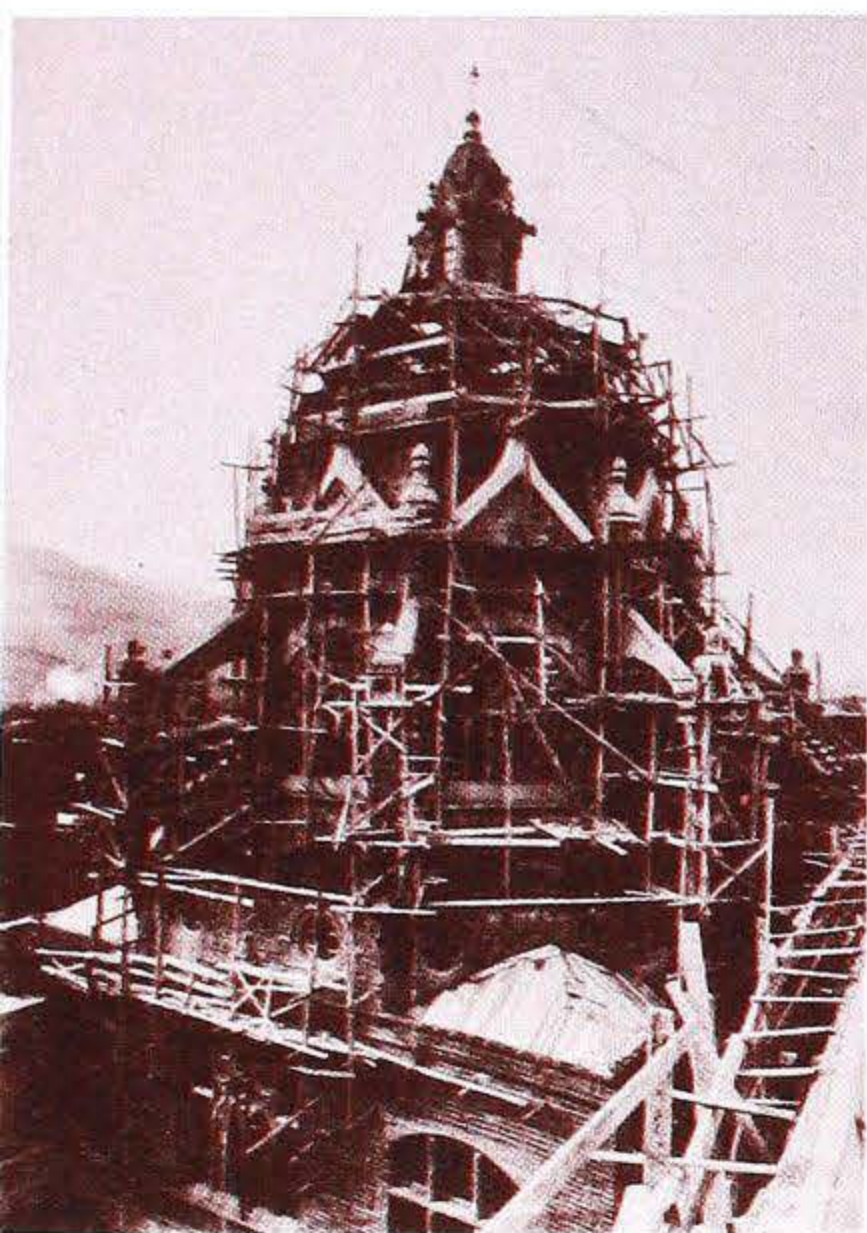
La causa de estos cambios radicaba en el avance acelerado de la industria. No es del caso analizar aquí este proceso. Basta con señalar que cuando Mejía abrió su estudio las principales empresas habían cobrado conciencia de la necesidad de cultivar lo que, significativamente, llamamos una "imagen pública", amén de combinar la actividad propagandística con el registro de las



*Cervecería Unión. 1932
Nitrato 13 x 18 cms*

labores expansivas. Los resultados de las tareas que a este respecto se le encomendaron a Mejía son bien notorios, por no decir curiosos. Suelen ir más allá del dato escueto y de la cautelosa adulación que eran de esperarse, e incursionan por los terrenos del comentario social e incluso en el campo de la estética. Si se piensa en lo que ahora se produce por encargo, podemos concluir que esto no era necesario, mucho menos prudente. Para ejemplo está el caso de sus fotos de obreras. Estas, desplazadas de la industria del café al duro ramo de la manufactura (en 1926, de un total de 3.200 obreras la mitad se ocupaba en trilladoras; en 1945, de 8.400, el número de empleadas en las textileras es ocho veces mayor que el de las trilladoras) y gradualmente sustituidas por una base masculina, reciben en las fotografías de Mejía un trato íntimo, un realismo a veces descarnado (foto 71) que no se compagina con el que obtienen los grupos de obreros (foto 77), composiciones de un sabor más entusiasta que de seguro preferían los patronos para que aparecieran en los folletos oficiales. O están los interiores de las plantas (foto 76), que descuidan un poco los objetivos de la ilustración en aras de la calidez formal.

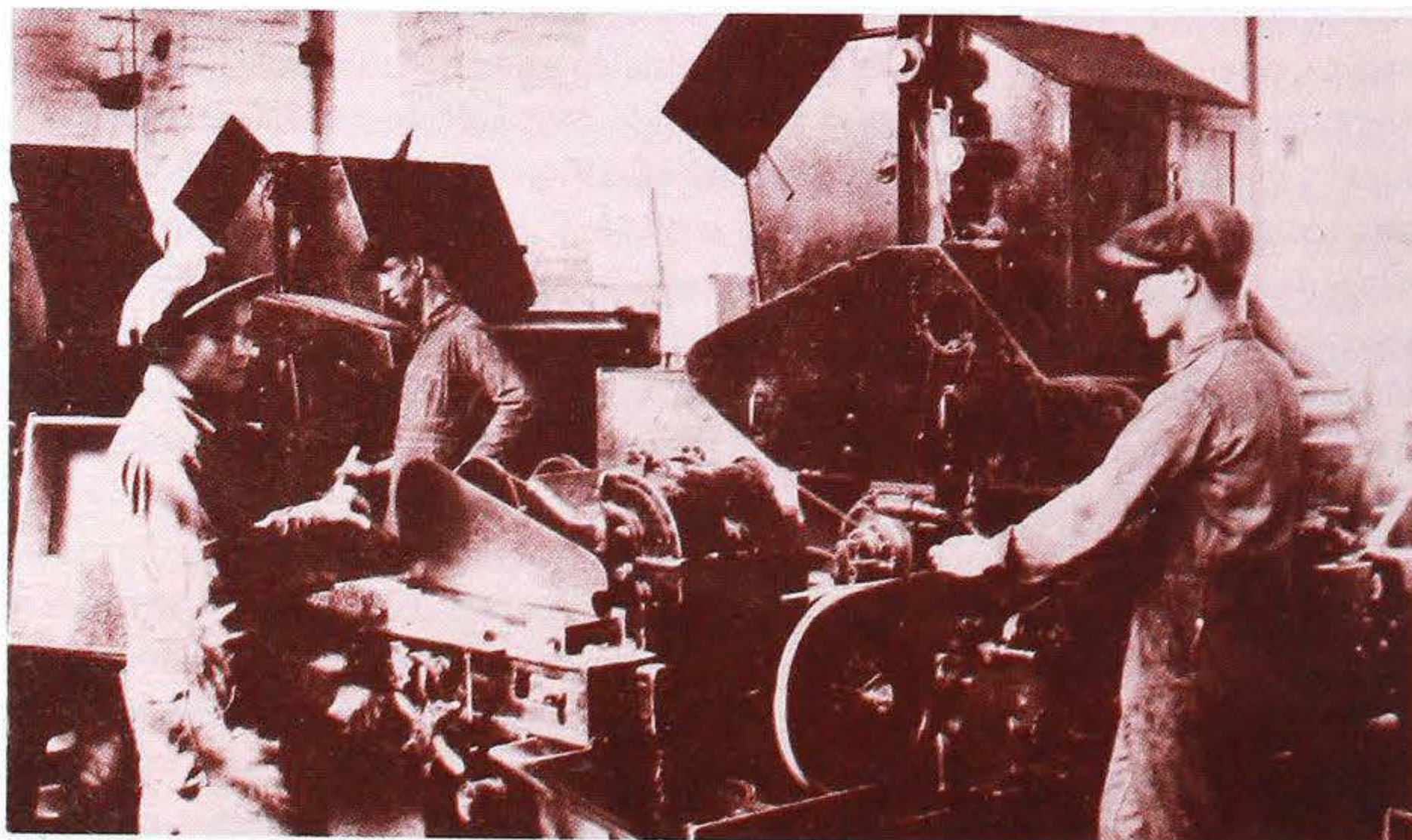
*Cúpula de la gobernación de Antioquia 1930.
Nitrato 13 x 18 cms*



Por supuesto, el terreno más fértil para esta manía de la imagen era el de la publicidad. En Medellín aparecieron las primeras agencias del país a mediados de los años veinte: Comercio y Anuncio, de Alberto Mejía, operaba antes de 1930. Otras surgen después, tales como Exito, de Aquileo Sierra y Jesús Gaviria, o la de Luis Viana Echeverri. Buscaban pautas diferentes (foto 82) que se alejaban de la noticia seca y del pregón, que eran costumbre en épocas más simples. A su turno, la publicidad de los tiempos de Mejía hoy nos parece ingenua; pero muchos de sus trabajos, comisionados directamente por el cliente o por conducto de una agencia, siguen siendo elegantes (foto 83), no se amedrentan ante la escasez de recursos y resisten con gracia el paso de los años (foto 86). Hay que anotar que desde entonces fue necesario competir, casi siempre imitándola, con la publicidad traída del extranjero; y que en un principio se solía recurrir a modelos provenientes de las compañías itinerantes que visitaban la ciudad (foto 89), pues las modelos locales no eran muchas ni estaban dispuestas a anunciar todo tipo de productos.

En las décadas del treinta al cincuenta, para encauzar y apuntalar los beneficios y para aliviar los que aún eran vistos como males menores del progreso, se crearon o robustecieron las principales instituciones de educación, salud,

*Compañía Colombiana de Tabaco. 1932
Nitrato 13 x 18 cms.*



beneficencia y represión (foto 133). El Congreso Eucarístico Nacional celebrado en Medellín en el año 1935 fue la ocasión más fervorosamente propicia para hacer el alarde de una ciudad cívica y moderna. Y se escogió a Mejía como fotógrafo oficial de tal acontecimiento (foto 107), durante el cual intentó hacer el único gran negocio de su carrera, vendiendo a propios y extraños una magnífica colección de postales iluminadas por él mismo. No le fue bien en esto último, pero de todos modos se había convertido en uno de los fotógrafos favoritos del clero, de los educadores y de los empresarios. Se ufanaba de prestar los mejores servicios, aunque el paso del tiempo a veces los ha teñido levemente de ironía (fotos 103 y 127), cuando no ha recalcado el transcurso ilusorio de toda imagen detenida (foto 119).

Durante muchos años el estudio de Francisco Mejía estuvo situado en el teatro Bolívar o en los alrededores. Allí iba a buscarlo la sociedad que trabajaba. La que se divertía estaba allí. El cine se había convertido en forma primordial de entretenimiento, no desligado aún de los ardides del teatro (foto 138). Imponía sus gustos y sus ídolos, pero alternaba todavía con el concierto aficionado (foto 145) y con algunos espectáculos en vivo, entre estos los de las divas de las tablas que apelaban al escándalo como un recurso de la supervivencia (foto 164). En vano todo, pues este mundo de la escena cedió por fin ante el encanto del cine, la radio y el deporte (foto 178). Mejía tomaba nota de los cambios y los hacía más llevaderos: retrataba cantantes contra un fondo negro para poder borrarles un poco de sus curvas latinas; y paralelamente se ideaba un sistema de *photo-finish* que dirimiera las disputas en las carreras del hipódromo.

Sin embargo, algunas de sus mejores fotografías, en esta época de transición acelerada, son las de esos medios de transporte que empezaban a entrar en decadencia. Aunque es patente su capacidad de adaptación, prefería tal vez una visión del mundo clásica y solemne, como la que ofrecían los vapores que navegaban el río Magdalena (foto 197) cargados de café y de parejas de recién casados, o la escalera recostada del tranvía que cubría la ruta que va de Medellín al valle de Rionegro (foto 180).

Mediante métodos estrictamente empíricos, Mejía alcanzó a dominar los secretos del arte de la fotografía. Sus colegas le pedían consejos sobre la forma

*Escuela de Medicina. 1934.
Nitrato 13 x 18 cms*



*Edificio Fabricato. 1952
Acetato 13 x 18 cms*



de aplicarlos a los requerimientos de la época, pues no se los guardaba para sí. Se distinguió en el empleo de granangulares para crear esos efectos épicos que la clientela decía o quería ver en la realidad; en la preparación de materiales fotográficos cuando se hicieron muy escasos debido a la segunda guerra mundial; en la invención de máquinas para el revelado de películas cuando incursionó en el cine documental y publicitario; y en la construcción de armazones de espejos que llevaran un rayo de sol hasta el último rincón de su estudio, antes de utilizar luz artificial. Pero, al igual que tantos hombres prácticos, lo fue hasta el punto de ser retraído en exceso. Pese a haber sido quien mejor conjugaba la confianza pública y el interés particular, la timidez le hizo preferir siempre el trabajo de gabinete. Esto se hace evidente cuando se consideran sus fotografías de residencias y ocasiones privadas, punto intermedio entre la calle y el estudio (fotos 203 y 234).

Es por esto que ahora se recuerda a Francisco Mejía en su papel de retratista e iluminador. También en este campo su afán de calidad, o su perfeccionismo, que en el controlado ámbito del retrato se presta para obtener resultados óptimos, lo convirtió en el fotógrafo de moda. Introdujo la técnica de la iluminación al óleo y la aplicó con moderación y verosimilitud a sus retratos y tarjetas postales (fotos 257 y 261). El verismo y una severa concepción de la honestidad han hecho que hoy en día esta técnica sea obsoleta y sospechosa. Mejía nos recuerda que se trataba de la aplicación sincera de una idea, la de la confianza en la posibilidad de mejorar la realidad mutable de una imagen, más bien que de una truculencia. No sucede lo mismo con el empleo de luz artificial para retratos. Hay quienes aseveran que fue en la ciudad el primero en usarla, otros dicen que fue el primero que la utilizó para obtener fuertes contrastes (foto 254), según el brusco modo que Hollywood impuso en los años cuarenta. Pero ahora se olvida que éste sigue siendo un recurso artificial, igual que la paleta de colores. La subsiguiente generación reprochó a la de Mejía el haber retocado y falseado, pero es injusto condenar hoy un pensamiento que se afanaba por la perfección. Mejía se empecinaba en lo que para él era lo primordial; y eran más los trabajos que los trucos cuando trataba de encontrar el único, el ángulo difícil de un rostro en reposo, esa cara esencial que, pese a su timidez, imponía a sus clientes.

Francisco Mejía cedió por fin al gusto solitario de descubrir la gracia del detalle y de hacer, cuando lo consideraba necesario, un pequeño favor, ya no uno grande y público, con sus fotografías. En los años cincuenta se dedicó con exclusividad a su labor de retratista, en la que había alcanzado un grado de pureza formal que, en fin de cuentas, lo hizo incurrir en el estancamiento, cuando ya en Medellín eran escasas las familias que no exhibían en su casa un retrato de la Foto Mejía, como acabó llamándola. Llegaron nuevas técnicas y gustos, pero ya era imposible dejar de repetirse. Aunque acudió a su gabinete fotográfico hasta poco antes de su fallecimiento, los primeros treinta años comprenden lo mejor de su carrera productiva. Justamente los años de progreso que en la ciudad de Medellín ahora se recuerdan con nostalgia, antes que los síntomas del malestar social comenzaran a hacerse manifiestos.